13 | 标题（下）：如何用对号入座的方式抓住标题亮点?

2021-03-29 周维

打造爆款短视频

进入课程 >

讲述：周维

时长 13:01　大小 11.94M

你好，我是周维。今天，我们接着上节课的话题，继续来学习另外 4 种典型的标题模式，分别是恐惧式标题、稀缺式标题、故事类标题、神秘式标题。

现在，我们先来看下恐惧式的标题模式。

恐惧式标题

恐惧式标题，其实跟第 1 讲我提到的马斯洛原理中的安全需求的底层逻辑是连通的。

每个人都渴求拥有且担心失去，这背后是安全感使然。而恐惧式标题就是失去的代名词，它最大的亮点就是**以用户会失去什么作为切入点**，通过联系与用户自身利益相关的方方面

面，比如健康、财富、感情、生存、进取等，然后以警告的方式提炼出内容中最核心的诉求，从而引起用户的重视，想要从短视频中寻找答案。

我举个简单的例子。一位健康领域的创作者以饮食健康作为内容切入点，发布了一条关于隔夜食物的短视频，标题是“医生提醒：这 5 种隔夜食物，再贵也不能吃”。这条视频就在短时间内成为了爆款，受到用户的欢迎，而它击中的就是用户对于饮食健康的关心。这种恐惧式标题会让用户感知到，如果不重视隔夜食物安全性的话就会面临失去健康的危险，于是就迫切地想要打开内容寻找答案。

你看，**恐惧式标题不是告诉用户可以获得什么，而是提醒用户会失去什么**，在创作时把握住这一点非常重要。

为了让你更方便理解和实践，我给你总结了一个创作公式：

> **与用户紧密连接的价值、利益 + 失去的后果、禁止的行为**

我这里需要提醒你的是，恐惧式标题里所说的“你会失去什么”，是要体现在内容当中的，而不只是一些哗众取宠、危言耸听的词语，这两者有本质的区别。

比如，“未来职场中将会淘汰这 4 种人，看看有你吗？”这就是一个恐惧式标题，对于每个职场人来说，都不希望自己面临淘汰的窘境，肯定是希望能够得到晋升。所以，当用户看到这样的标题时，就会想要了解到底是哪 4 种人在未来会被淘汰。

但是，如果我们把标题改成“未来职场中一定会淘汰的 4 种人，不看注定后悔一辈子”，那么这个标题就是典型的标题党了。因为它是通过“一定”“注定”“一辈子”等等这种非常绝对的词语来强调内容的重要性，但是这些绝对的说辞太容易误导用户，因而各个平台都不允许存在这种创作行为。

总而言之，恐惧式标题要以内容事实为依据，不能出现内容与标题不对等的场景。你在使用这种标题模式时，注意要围绕用户多元化的内容需求，找到与用户自身利益密切相关的价值点就可以了。

稀缺式标题

好，我们接着来学习一下稀缺式的标题模式。

稀缺，可以直接理解为数量少、珍贵。那么所谓的稀缺式标题，就是指要在标题上体现出内容价值的唯一性、差异化，通过结合一些稀缺性的关键词，来对外传递出短视频内容的与众不同和无可替代。

所以显而易见，这一类的短视频标题，往往会以“独家”“仅有”“首次”等限定词作为关键词，来提醒用户需要关注的内容重点。我简单举几个例子：

旅行类内容创作者发布的“独家揭秘 XX 原始森林背后的真相”；

房地产领域创作者发布的“杭州西溪湿地 7000 万豪宅中，7 位数的名画是什么样子”；

娱乐领域的创作者发布的“你不知道的娱乐圈，XX 耍大牌都是家常便饭”；

电影类内容创作者发布的“成龙唯一一部最后‘死去’的电影，其中连刘德华都是配角”；

Vlog 领域的创作者发布的“第一次拍摄这样风格的照片，只发一会儿，记得保存”

……

你看，不管在什么领域，创作什么样的内容，这种稀缺式的标题都会营造一种紧迫的氛围，仿佛在告诉你：这里的内容绝无仅有，值得你看一看。

如果要用一个创作公式来表达，那就是：

> **稀缺性的关键词 + 具体稀缺的内容**

比如说，现在你创作了一条关于美食类的内容，如果用普通的起标题方式，可能就是“教你制作美味水煮肉片，简单四步快速搞定”。而如果采用稀缺式的标题模式，那么可以创作的标题是：制作正宗水煮肉片最容易忽视的四步，光有辣味还不够。其中的“正宗水煮肉片、最容易忽视”就是稀缺性的关键词，而“光有辣味还不够”代表了具体稀缺的内容，这就会让用户产生迫切想了解具体内容的欲望，进而会想要看看这个短视频内容。

请注意，具体稀缺的内容应该是在具体的场景下的价值输出，千万不能是名不副实的哗众取宠，否则就会让用户产生不好的观看体验。还有，表达稀缺性的词语不能只是在标题中单纯强调一些限制、限量的词语，也要在内容中具体体现出来。若不然，可能就会因为标题与内容不符，遭到用户的举报，导致账号自身的权重下降，甚至还会导致视频下架。

故事式标题

故事式标题，顾名思义就是用标题讲个故事，也就是通过表达故事的出人意料、新奇、转折等，来传递内容中的关键信息，以此吸引用户迫切想要打开短视频一看究竟。

我举个例子。一个 Vlog 领域的创作者记录了自己进入一家公司的前后过程，对外发布的标题是“5 年前来这家公司面试被拒，5 年后的今天我来收购这家公司”。这样通过前后对比的转折表达方式，用户在看到后就会对他的内容产生好奇，迫切想要了解到底发生了什么事情，会出现这样截然相反的结局。

实际上，故事式标题的最大亮点，就是**通过一个具体的故事场景的代入来吸引用户的注意力，并使之产生好奇、同情、共鸣等心理活动**，然后用户会在观看内容的过程中自己找到答案。

我给你总结了一个具体的创作公式，你在实践时可以结合自身情况，基于这个公式进行适当的调整：

> **特定场景、背景介绍 + 转折、新奇、感动、意想不到的结局**

举个小例子。有个生活类的创作者记录了一条狗的故事，标题是：“一个都不能少！一只流浪狗跳进洪水勇救狗宝宝的故事感动无数人！母爱伟大！”这条短视频的标题，就传达出了一个具体的背景下让人感动的故事，从而吸引了用户的注意力，成为大家关注的热点内容，点赞量也超过了 900 万。

总之，故事式的标题模式，可以让用户轻松通过标题透露的信息来了解整个内容。但你要注意，故事类的标题**一定不能是流水账一样的简单记录，而应该是一个有转折、有重点的事件**，这样可以让用户从标题上，就能快速感受到这个事件给自己带来的一种精神上的感受，比如感动、悲伤、快乐等。

神秘式标题

最后要给你介绍的标题模式，是神秘式标题。

一听到“神秘”两个字，你可能会觉得它不太容易把握，其实这里的神秘主要是针对用户的猎奇心态，或者是对某种事物的好奇心来说的，它是以设置悬念的方式来作为标题的主

打卖点，吸引用户的注意力。

比如，一位三农领域的创作者，平时发布的内容都是记录自己在乡村田野之间的日常见闻，有一次他记录了自己在小河中捕鱼的过程，采用的就是神秘式标题：“农村小伙发现鱼群，一网撒下去，拖上来才看到是什么大鱼，好开心！”这就吸引了一些用户的关注，随之的点赞量也达到了近百万，这条作品最后成为了他为数不多的一条爆款内容。

再比如说，一位创业者记录的是自己的创业经历，发布的一条内容标题是：“80 后小伙儿 40 元收购 29 寸彩电，拆开后发现了什么，如此兴奋！”当你看这个标题时，你就会想着赶紧看看到底他发现了什么，毕竟每个人都有一份好奇心。

所以，**神秘式标题的最大亮点，就是可以给用户营造猎奇的氛围**，让用户渴望通过马上观看内容来寻找到答案。但是请注意，猎奇并非是刻意夸大、哗众取宠，而是要有实打实的内容。

之前有一个同学让我帮忙看一下，他的一条短视频为什么会下架。我发现他记录的是自己去树林中写生的经历，在标题上说自己回来的路上遇见了一只“怪兽”，从而吸引了很多用户观看。

但实际上，他只是碰到了一只流浪狗，他觉得自己是在抖机灵、耍幽默，但是在用户心中是文不对题，故意拿哗众取宠的标题在戏耍自己。

所以，我们一定要把握好神秘式标题的创作公式：

> **特定场景 + 神秘物品的作用**

这里的特定场景，就是指在什么样的场合下发生了什么事；而神秘物品就是创作者要在内容中呈现出来的惊喜，或者是这个“神秘物品”在内容中给创作者带来了什么样的改变，而在内容之外可以带给用户什么样的有价值的信息。

这里我还想提醒你注意一点，当你采用神秘式的标题模式时，千万不能故弄玄虚，而应该抱着一种拓展用户认知、对外传递有价值的内容为目的，这样才会让用户的观看体验更好，赢得用户的喜爱。

小结

我们要知道，短视频标题的亮点，其实就是要找到与其他标题存在差异的地方。这节课，我给你分享了另外 4 种爆款短视频的标题。

1. 恐惧式标题：就是站在失去的角度，给用户提供具体的、有价值的信息，让用户想要通过内容寻找答案。
2. 稀缺式标题：就是以稀缺性的关键词为切入点，通过标题中具体的事件 / 信息对外传递内容的核心价值。
3. 故事式标题：通过讲故事的方式吸引用户注意力，并以转折、意想不到的结局传递情绪的力量。
4. 神秘式标题：就是营造猎奇、神秘的氛围，在特定的场景下通过“神秘物品”，对外传递可提高用户认知或者是有价值的信息。

这 4 种标题都有自己鲜明的亮点所在，你在使用时，要注意把握不同标题模式的核心诉求，更要注意每种标题模式的禁忌，不能越线。

最后我还想补充一点，就是当你采用这些标题模式来进行创作时，在刚开始可以把这些标题的创作模式都记录在一个本子上，每次起标题的时候都可以选择对号入座。当然，最好是可以把每一种标题模式都尝试一下，随着实践的次数增多，你会发现当自己创作完一条内容之后，脑海中马上就能浮现出一个合适的标题，这就是多学习、实践的结果。

思考题

假设现在你是一名职场知识内容的短视频创作者，你创作了一期关于晋升的内容。请你结合咱们今天学习的标题创作方法，试着为这条内容写一个合适的标题，并分享在留言区里。

另外，如果你在创作中遇到与标题有关的问题也可以给我留言，我都会给予回复。同时，欢迎你将今天学习的内容分享给同样爱学习的朋友们。今天这节课就到这里，我们下节课再见！

提建议

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。 页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 12 | 标题（上）：如何利用微创新巧妙找到爆款标题？

下一篇 14 | 视频封面（上）：如何快速抓住用户注意力？

精选留言 (1)

写留言

zhanyd
2021-03-29

"犹豫好久，终于决定公开！我用了这5个方法，3年内晋升2级！"

作者回复: 不错的标题。尤其是后一句很吸引人。前面一句可以优化一下，比如改成“首次公开！我用了这5个方法，3年内晋升2级！” 用户其实对于你为什么犹豫兴趣不大，在意的是“首次”带来的稀缺感。

1